

T.

 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PADJADJARAN JL. TOGYAKARTA
Diterima	23 JUN 2011
Inventarisasi	: 539/MM/Hd 6/2011
Klasifikasi	: 658.8/Pt. 106.
Subyek	: Marketing management



TESIS

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN PRODUK DI DISTRO DI YOGYAKARTA**



GREGORIUS PINTOKO WAHYU JATI

No. Mhs.: 05.1070 PS/MM

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2006





UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : GREGORIUS PINTOKO WAHYU JATI
Nomor Mahasiswa : 05.1070 PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen
Dalam Pembelian Produk Di Distro Di Yogyakarta.

Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

Tanggal 22 Desember 2006


.....



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : GREGORIUS PINTOKO WAHYU JATI
Nomor Mahasiswa : 05.1070 PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen
Dalam Pembelian Produk Di Distro Di Yogyakarta.

Ketua

Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

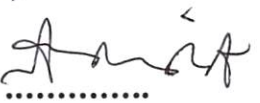
Tanggal 22 Desember 2006

.....

Sekretaris

Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

Tanggal 22 Desember 2006

.....

Anggota

W. Mahestu Noviandra, SE., M.Sc.IB

Tanggal 22 Desember 2006

.....

Ketua Program Studi



Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa
Tesis dengan judul :

**Analisis Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pembelian
Produk Di Distro Di Yogyakarta.**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan ke Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Desember 2006

Yang menyatakan



G. Pintoko W. J

INTISARI

Penelitian ini bertujuan (1) Faktor – faktor yang mempengaruhi pembelian produk di distro di Yogyakarta (2) Untuk mengetahui apakah ada perbedaan terhadap faktor dalam memilih produk di distro berdasarkan usia, Pendidikan dan Status. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah (1) kajian literature, (2) pengumpulan data dengan kuisisioner, (3) pengujian instrument penelitian dengan uji validitas, dan (4) analisis data dengan menggunakan *Analisis Faktor* dan *Independent t-test*.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini (1) Berdasarkan variabel-variabel membentuk 4 kelompok faktor utama yaitu fasilitas penunjang, sablonan berkualitas, reputasi distro dan mengikuti trend menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian produk di distro di Yogyakarta. (2) Dari analisis *Independent t-test* dapat diketahui apakah ada perbedaan atau tidak terhadap faktor yang dipertimbangkan dalam memilih produk *distro* berdasar karakteristik konsumen.

Kata kunci : Distro, Pembelian Produk

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, sehingga tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh program Strata dua (S2) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. P. Didit Krisnadewara, MM, Selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, pengarahan dan kesabaran selama penelitian hingga penulisan tesis ini selesai.
2. Segenap staff pengajar, karyawan yang telah membantu proses belajar mengajar.
3. Bapak, Ibu tercinta, mbak Fina, pak No (Wagiyono), Veni, Thomas Ginanjar W, J (✚) tersayang yang selalu memberikan *support*, cinta, perhatian, kesabaran, bantuan, dukungan motivasi dan doa yang tiada habisnya.
4. Haryo dan Hardo *I love you*.
5. Keluarga besar Netral, Erwin Moron, Naff (Ode, Ade), Adji Crossbottom, BRE, Captain Jack, Ade Laquena, Kornchonk Chaos, Tenzo, Bagaikan, Salah Paham, Gelas Plastik, Mtv, inspirasiku My Chemical Romance, Blink 182, Melancholic Bict, +44, Kiss, Angel And Airwaves, Green Day, Anthony De Mello, Gregorian, Radiohead dan semua pecinta musik yang telah rela berbagi.
6. FATMAN Clothing co., Sumber Jaya Abadi Garment & Technology, Rm. Moro Lejar, My Home, Mailbox Distro, Whatever shop, Rodhi, United of Nothink,

Brain Manufacture, Popstar Wanna Be, Nothink, Hardworker, Morisland shop, Nichers, Frogstone, Anger, Angel, Bloop, Endorse, Premium Nation, Firebolt, Racerkids, Yulistrendshop, Vine, Snap café, semua teman-teman distro dan independent community.

7. Teman-teman seperjuangan, Mas Yanto (hormat mas'e), Paijo (the Wulu), Ucok, Kembo (cek darah bu!!!), The Jenggot, Ndaru, Rahmadi, Dikto, Ramon, mbak Etik, Joewanto, Mba Narni dan semua sahabat.
8. Effendy (supplier Gitting), Mbledonk (banyak berdoa mas'e), mas Antok (Mitha menunggu), Adit mlbx, untuk seseorang disana (makasih atas semuanya there is only one happiness in my life), Samid, Yudist, Jonesh, Jambul, Lek Kryo Tunish, Burjo Sudan, Respatio (the one only original), Nanang, Joenathan, Ari Wulu, Khentel, Peppy, Joko, Pak Haji, Aras, Beruk, dan semua yang telah banyak membantu menyebarkan kuisoner.
9. Para Responden yang telah bersedia memberikan informasi dalam penelitian ini.

Semoga Tuhan yang Maha Kasih memberikan rahmat berlimpah. Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini, namun besar harapan penulis, agar tesis ini dapat berguna bagi pihak pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, Desember 2006

G. Pintoko W. J

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Halaman Pernyataan	iv
Intisari	v
Kata Hantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Batasan Masalah	5
I.4 Tujuan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Hipotesis	7
I.7 Metodologi Penelitian	8
1.7.1. Populasi dan Metode Pengambilan sample	8
1.7.2 Metode Pengumpulan Data	8
I.8 Metode Analisis Data	9
1.8.1 Analisis factor	9
1.8.2 Independent Samples T-test	10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran	11
2.2 Perilaku Konsumen	13
2.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	14
2.2.1.1 Faktor lingkungan eksternal	14
2.2.1.2 Faktor Lingkungan Internal	17
2.3 Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	27
3.2 Lokasi Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Teknik Pengukuran Data	29
3.6 Metode Analisis Data	29
3.6.1 Analysis factor	29
3.6.2 Independent Samples T-test	31

BAB IV ANALISA DATA

4.1 Pengujian kuisioner	31
4.2 Prosentasi Karakteristik Konsumen	32
4.2.1 Usia	32
4.2.2 Jenis Kelamin	32
4.2.3 Tingkat Pendidikan	33
4.2.4 Tingkat Pendapatan	33
4.2.5 Status	34
4.2.6 Pekerjaan	34
4.3 Analisis Faktor	35
4.4 Independent Samples T-test	41

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5. 1. Kesimpulan **58**

5.2. Saran **62**

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.2.1 Distribusi Usia Responden	32
Tabel 4.2.2 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2.3 Tingkat pendidikan responden	33
Tabel 4.2.4 Tingkat Pendapatan Responden	33
Tabel 4.2.5 Status Responden.....	34
Tabel 4.2.6 Pekerjaan Responden	35
Tabel 4.3.1 Nilai anti image matrices 'a"	37
Table 4.3.2 Rotated Component Matrix(a)	39
Table 4.3.3 Faktor - faktor yang terbentuk	40
Table 4.4.1 <i>independent T-Test</i> faktor 1 dengan usia	42
Table 4.4.2 <i>independent T-test</i> faktor 1 dengan jenis kelamin	43
Table 4.4.3 <i>independent T-test</i> faktor 1 dengan pendidikan	44
Table 4.4.4 <i>independent T-test</i> faktor 1 dengan status konsumen	45
Table 4.4.5 <i>independent T-Test</i> faktor 2 dengan usia	46
Table 4.4.6 <i>independent T-test</i> faktor 2 dengan jenis kelamin	47
Table 4.4.7 <i>independent T-test</i> faktor 2 dengan pendidikan	48
Table 4.4.8 <i>independent T-test</i> faktor 2 dengan status konsumen	49
Table 4.4.9 <i>independent T-Test</i> faktor 3 dengan usia	50
Table 4.4.10 <i>independent T-test</i> faktor 3 dengan jenis kelamin	51
Table 4.4.11 <i>independent T-test</i> faktor 3 dengan pendidikan.....	52
Table 4.4.12 <i>independent T-test</i> faktor 3 dengan status konsumen	53
Table 4.4.13 <i>independent T-Test</i> faktor 4 dengan usia	54
Table 4.4.14 <i>independent T-test</i> faktor 4 dengan jenis kelamin	55
Table 4.4.15 <i>independent T-test</i> faktor 4 dengan pendidikan.....	56
Table 4.4.16 <i>independent T-test</i> faktor 4 dengan status konsumen	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 <i>A simple Model Consumer Decision Making</i>	20
Gambar 2.5 Lima Tahap Proses Membeli	21
Gambar 2.6 Evaluasi Berbagai Alternatif dan Keputusan Membeli	24